



>> // *Italiani di successo*

NINJA DEL WEB made in cava de' tirreni. La loro specialità MARKETING CREATIVO e INTERNET ADVERTISING.

La storia è quella di una Web agency di successo, tutta italiana, anzi di Cava de' Tirreni. Gli ingredienti da start up americana, i personaggi l'emiliano Mirko Pallera (36 anni) e il campano Alex Giordano (34 anni). Loro sono i fondatori di Ninja Marketing, un inizio tutto in salita prima di trovare la strada giusta. La partenza avviene nell'estate 2004, il luogo è quanto meno originale, visto che si tratta di una barca ormeggiata nel porto di Salerno. Prestata per l'occasione da un'amica. Racconta Mirko «siamo partiti in sordina, con un blog rivolto ai nuovi strumenti marketing che le aziende possono disporre grazie alle tecnologie di Rete. Un sito messo in piedi con un nostro software, perché non esistevano le piattaforme che oggi permettono di crearlo in poche ore». Così l'ambiente virtuale del blog diventa il posto di lavoro dove raccolgono le nuove idee di Web marketing. E nel giro di pochi mesi il tam-tam della Rete fa succedere qualcosa di imprevisto. Mirko e Alex si accorgono dalle e.mail che i forum sono frequentati anche da manager di grandi aziende.

«Erano i numeri uno della stanza dei bottoni in cerca di nuove - dice ancora Alex - così iniziammo a lavorare per il primo grande cliente, le cantine Antinori».

La svolta che ha cambiato la vita ai due giovani ninjia del Web è arrivata quando un anno dopo ricevono la telefonata dall'Art Director Club di New York, l'associazione storica dei creativi di tutto il mondo. «Anche loro avevano letto le nostre idee sul marketing non convenzionale e ci hanno invitati, come primi italiani, a far parte della giuria dei Global Awards». Perché la scelta dei ninjia? «È la metafora del guerriero della comunicazione che lotta contro i samurai dell'informazione - dice Alex Giordano - pochi i mezzi ma tante idee e ironia, quando serve, per combattere una struttura troppo spesso ingessata». Tra i lavori di successo troviamo il posizionamento di "Tim tribù", ottenuto attraverso il concetto di streetacademy. Dove i ragazzi di strada diventano parte del sito. Poi Barilla con "il mulino che vorrei", un progetto di apertura dell'azienda all'ascolto e alle idee del pubblico. Esempi di marketing partecipativo e virale con i clienti, come per i lavori Artsana e Heinkenen. Per il futuro i Ninja web guardano al mercato emergente del green. Pensando alle politiche aziendali non separate dalla società, ma immerse nei problemi sociali. Insomma l'idea è quella della responsabilità sostenibile portata nelle azioni marketing.

I NINJA WEB
PUNTANO AL NASCENTE
MERCATO DEL GREEN.



>> **I funamboli del telefonino, cervelli italiani con capitale americano**

La fuga dei cervelli dal nostro paese ha un denominatore comune. Carezza di strutture capaci di lanciare in modo concreto e non accademico le startup, ma soprattutto mancanza di fiducia per erogare crediti a chi ha buone idee, ma non i capitali per metterle in atto. Questo Fabrizio Capobianco, 39enne valtellinese e numero uno di Funamboli lo ha capito da tempo. Parliamo di un'azienda informatica che ha trovato in Silicon Valley finanziamenti per 25 milioni di dollari. Con il centro di ricerca e sviluppo, non come ci si aspetterebbe in India, bensì sulle rive del Ticino. Per l'esattezza a Pavia, dove una cinquantina di specialisti informati-

dal pavese alla California fino all'Ucraina corrono le idee made in Italy

ci, progettano per produttori di telefonini e operatori di tutto il mondo i sistemi di push e.mail. Per rendere disponibile la posta elettronica in mobilità. Fabrizio laureato in ingegneria informatica e con un dottorato di ricerca negli Hp Labs a Palo Alto, per trovare il capitale si è rivolto agli investitori californiani. «Questo dopo che in Italia avevo bussato a vuoto a tante porte. La risposta era sempre la stessa, le Banche per erogare finanziamenti vogliono in garanzia l'ipoteca della casa o di altri beni. Di fatto viviamo in un paese che non dà fiducia ai giovani». Invece negli States è tutto diverso se hai un'idea buona e un solido business plan, trovi i Fondi di investimento che finanziano l'iniziativa. «Naturalmente controllando nel corso dei lavori che i soldi erogati rispettino le aspettative.